

# **ANALISIS DAN PENYUSUNAN STRATEGI PENGEMBANGAN NILAI TAMBAH PRODUK IKAN ASIN**

**Rizki Ramadani <sup>\*)</sup>, Hasman Hasyim <sup>\*\*)</sup> Yusak Maryunianta <sup>\*\*)</sup>**

<sup>\*)</sup> Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara  
Departemen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara

Jl. Prof.A.Sofyan No.3 Medan.

HP. 081263896366 E.Mail Ramadanirizki5@gmail.com

<sup>\*\*)</sup> Staf Pengajar Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara  
Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui besarnya nilai tambah dari pengolahan ikan asin dan untuk menyusun strategi pengembangan nilai tambah pengolahan ikan asin. Penarikan sampel dilakukan dengan Metode *Sensus*, yaitu keseluruhan populasi diambil sebagai sampel dikarenakan jumlah populasi hanya sedikit yaitu berjumlah 16 pengusaha pengolahan ikan asin. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Nilai Tambah Metode Hayami dan Analisis SWOT. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai tambah yang diperoleh pengusaha dalam pengolahan ikan asin sebesar Rp 2.225,00 per kilogram ikan asin yang diproduksi dengan tingkat keuntungan yang diperoleh sebesar Rp 721,2 per kilogram ikan asin yang diproduksi. Ada beberapa strategi yang dapat diterapkan pengusaha dalam mengembangkan nilai tambah produk ikan asin, seperti meningkatkan produksi dan mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan, menekan atau meminimalkan biaya produksi untuk menaikkan nilai tambah atau tingkat keuntungan, membuat kemasan yang menarik minat konsumen, menambah modal melalui pinjaman koperasi atau bank untuk meningkatkan jumlah produksi, menciptakan bahan baku alternatif, menciptakan mutu produk yang lebih baik agar mampu bersaing, mencari mitra usaha guna pengembangan skala usaha dan melatih keterampilan dalam pengemasan dan pemasaran.

**Kata Kunci :** *Nilai Tambah, Strategi*

## **ABSTRACT**

The research goal is determine the added value of processing salted fish and to strategize the development of value added processing of salted fish. The Sampling was determined by cencus method is the entire population were sampled due to the amount of population that is numbered 16 just slightly salty fish processing business. The analysis method used by Hayami value added methods and SWOT Analysis. The data used are primary data and secondary data. The results showed that employers added value in processing salted fish was 2225.00 per kilogram of salted fish produced by the level of profits of Rp 721.2/kg produced salted fish. There ware several strategies that can be applied to entrepreneurs in developing value-added products of salted fish, such as increasing production and maintaining product quality, suppressing or minimizing the cost of production to increase the added value or benefit levels, making packaging to attract consumers, increase its capital through a loan raw materials, creating an alternative raw materials, creating a better quality product in order to compete, finding business partners to scale development and training skills in packaging and marketing.

**Keywords:** Value Added, Strategy

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Proses pengolahan dan pengawetan ikan merupakan salah satu bagian penting dari rantai industri perikanan. Tanpa adanya kedua proses tersebut, peningkatan produksi ikan yang telah dicapai selama ini akan sia-sia. Karena tidak semua produk perikanan dapat dimanfaatkan oleh konsumen dalam keadaan baik. Pengolahan dan pengawetan ikan bertujuan untuk mempertahankan mutu dan kesegaran ikan selama mungkin dengan cara menghambat atau menghentikan sama sekali penyebab kemunduran mutu (pembusukan) maupun penyebab kerusakan ikan (misalnya aktivitas enzim, mikro organisme, atau oksidasi oksigen), agar ikan tetap baik sampai ke tangan konsumen (Afrianto, 1989).

Untuk melihat potensi dari usaha pengolahan ikan, maka perlu dilakukan untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan nilai tambah dari pengolahan perikanan yang bertujuan untuk mengetahui besarnya nilai tambah dari pengolahan perikanan dan untuk melihat apakah pengolahan perikanan ini mampu memberikan peningkatan pendapatan kepada pengusaha pengolahan perikan. Selain itu, perlu kiranya untuk menganalisis faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal dari usaha pengolahan perikanan. Sehingga dapat disusun sebuah strategi pengembangan nilai tambah dari produk perikanan. Dengan demikian

akan diperoleh kebijakan atau strategi yang lebih objektif. Hal inilah yang melatarbelakangi diajukannya sebuah penelitian dengan judul “**Analisis dan Strategi Pengembangan Nilai Tambah Ikan Asin**”.

### **Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Berapa besar nilai tambah yang dihasilkan dari agroindustri produk perikanan di daerah penelitian?
2. Bagaimana strategi pengembangan nilai tambah agroindustri produk perikanan di daerah penelitian?

### **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar nilai tambah agroindustri produk perikanan di daerah penelitian.
2. Untuk menyusun strategi pengembangan nilai tambah agroindustri produk perikanan di daerah penelitian.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Landasan Teori**

Menurut Hayami *et al* (1987) ada dua cara untuk menghitung nilai tambah yaitu nilai tambah untuk pengolahan dan nilai tambah untuk pemasaran. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tambah untuk pengolahan dapat dikategorikan menjadi dua faktor teknis dan faktor pasar. Faktor teknis yang berpengaruh adalah kapasitas produksi, jumlah bahan baku yang digunakan untuk tenaga kerja. Sedangkan faktor pasar yang berpengaruh adalah harga output, upah tenaga kerja, harga bahan baku dan nilai input lain.

Analisi SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yaitu Strengths, weakness, oppurtunities dan threats. Metode ini paling sering digunakan dalam mengevaluasi bisnis untuk mencari strategi yang akan dilakukan. Analisis SWOT hanya menggambarkan situasi yang terjadi bukan sebagai penyelesaian masalah (Wibisono, 2010). Pada analisis SWOT, yang ditinjau adalah perbandingan antara

faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weaknes*) (Rangkuti, 2008).

### Studi terdahulu tentang analisis nilai tambah

**Tabel 1. Hasil Penelitian Tentang Sikap Terhadap Program pada Penelitian Sebelumnya di Daerah Lain**

No.	Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Rahmadona, Silvia 2007	Analisis ekonomi & kesempatan kerja pada usaha pengolahan ikan (Studi Kasus: Kecamatan Teluk Nibung, Kota Tanjung Balai)	Pengolahan ikan asin, ikan rebus, dan tepung ikan terdapat peningkatan nilai tambah. Rata-rata nilai tambah ikan asin sebesar Rp. 43.206.860 ikan rebus Rp. 12.634.670
2.	Siregar, yusmawarni 2006	Analisis pendapatan, nilai tambah & kesempatan kerja di pabrik pengolahan karet & coklat di sumatera utara (studi kasus: PT.Bakrie Sumatera plantation tbk & PTPN IV Kebun Adolina)	Nilai tambah terbesar pada pabrik karet PT.Bakrie Sumatera plantation tbk yaitu sebesar Rp. 6.054.666 sedangkan Nilai tambah pabrik coklat PTPN IV Kebun Adolina sebesar Rp. 5.755.637

## METODE PENELITIAN

### Metode Pengambilan Sampel

Metode yang digunakan dalam penentuan sampel adalah metode sensus. Menurut Supranto (2003), sensus adalah kegiatan pencatatan yang menyeluruh terhadap elemen-elemen yang menjadi obyek penyelidikan. Ini dilakukan terhadap populasi dengan jumlah sedikit.

## Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil pengamatan serta wawancara kepada pengusaha pengolahan perikanan dengan menggunakan daftar pertanyaan/kuisisioner. Data sekunder diperoleh dari instansi-instansi terkait dengan penelitian ini, seperti Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Serdang Bedagai, Badan Pusat Statistik, Studi literature, dan lain sebagainya.

## Metode Analisis Data

Untuk menyelesaikan hipotesis 1, dilakukan dengan menghitung nilai tambah yang dihasilkan pada proses pengolahan produk perikanan menggunakan pengukuran nilai tambah metode Hayami. Prosedur penghitungan nilai tambah dengan menggunakan metode Hayami adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Kerangka Perhitungan Nilai Tambah Metode Hayami

Variabel	Nilai
<b>I. Output, Input dan Harga</b>	
1. Output (Kg)	(1)
2. Input (Kg)	(2)
3. Tenaga Kerja (HOK)	(3)
4. Faktor Konversi	$(4) = (1) / (2)$
5. Koefisien Tenaga Kerja (HOK/kg)	$(5) = (3) / (2)$
6. Harga Output (Rp)	(6)
7. Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)	(7)
<b>II. Penerimaan dan Keuntungan</b>	
8. Harga Bahan Baku (Rp/kg)	(8)
9. Sumbangan Input Lain (Rp/kg)	(9)
10. Nilai Output (Rp/kg)	$(10) = (4) \times (6)$
11. a. nilai tambah (Rp/kg)	$(11a) = (10) - (9) - (8)$
b. rasio nilai tambah (%)	$(11b) = (11a/10) \times 100\%$
12. a. pendapatan tenaga kerja (Rp/kg)	$(12a) = (5) \times (7)$
b. pangsa tenaga kerja (%)	$(12b) = (12a/11a) \times 100\%$
13. a. keuntungan (Rp/kg)	$(13a) = (11a) - (12a)$
b. tingkat keuntungan (%)	$(13b) = (13a/11a) \times 100\%$
<b>Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi</b>	
14. Marjin (Rp/kg)	$(14) = (10) - (8)$
a. Pendapatan tenaga kerja	$(14a) = (12a/14) \times 100\%$
b. Sumbangan input lain	$(14b) = (9/14) \times 100\%$
c. Keuntungan pengusaha	$(14c) = (13a/14) \times 100\%$

Sumber: *Triputra (2011)*

Untuk hipotesis 2, digunakan analisis deskriptif, yaitu dengan matriks SWOT. Matriks SWOT menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi, seperti digambarkan pada diagram dibawah ini :

Tabel 2. Matriks Analisis SWOT

	IFAS	Strength (S) (Kekuatan)	Weakness (W) (Kelemahan)
EFAS		Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Oppurtunity (O) (Peluang)		Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi kelemahan	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman
Threats (T) (Ancaman)			

### Defenisi Operasional

1. Strategi pengembangan nilai tambah agroindustri produk perikanan adalah cara-cara yang efisien dan sistematis untuk mengembangkan usaha pengolahan perikanan di masa yang akan datang.
2. Nilai tambah adalah tambahan keuntungan yang diperoleh para pengusaha pengolahan perikanan dengan penjualan produk olahan dibandingkan dengan penjualan ikan segar. Nilai tambah merupakan selisih antara nilai output dengan harga bahan baku dan sumbangan input lain dengan satuan Rp/kg.
3. Pengolahan perikanan adalah pengolahan produk ikan ke dalam berbagai bentuk agar dapat didistribusikan dan sampai ke tangan konsumen dalam keadaan baik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Analisis Nilai Tambah Produk Ikan Asin

Tabel 4. Perhitungan Nilai Tambah Pengolahan Ikan Asin

Variabel		Nilai
<b>I. Output, Input dan Harga</b>		
1. Output (Kg)	(1)	147,5
2. Input (Kg)	(2)	368,75
3. Tenaga Kerja (HKP)	(3)	13,0625
4. Faktor Konversi	(4) = (1) / (2)	0,4
5. Koefisien Tenaga Kerja (HKP/kg)	(5) = (3) / (2)	0,035
6. Harga Output (Rp)	(6)	10.000
7. Upah Tenaga Kerja (Rp/HKP)	(7)	42.966,5
<b>II. Penerimaan dan Keuntungan</b>		
8. Harga Bahan Baku (Rp/kg)	(8)	1.500
9. Sumbangan Input Lain (Rp/kg)	(9)	275
10. Nilai Output (Rp/kg)	(10) = (4) x (6)	4.000
11. a. nilai tambah (Rp/kg)	(11a) = (10) – (9) – (8)	2.225
b. rasio nilai tambah (%)	(11b) = (11a/10) x 100%	55,6 %
12. a. pendapatan tenaga kerja (Rp/kg)	(12a) = (5) x (7)	1.503,8
b. pangsa tenaga kerja (%)	(12b) = (12a/11a) x 100%	67,59 %

13.	a. keuntungan (Rp/kg)	$(13a) = (11a) - (12a)$	721,2
	b. tingkat keuntungan (%)	$(13b) = (13a/11a) \times 100\%$	32,41 %
<b>III. Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi</b>			
14.	Marjin (Rp/kg)	$(14) = (10) - (8)$	2.500
	a. Pendapatan tenaga kerja	$(14a) = (12a/14) \times 100\%$	60,15 %
	b. Sumbangan input lain	$(14b) = (9/14) \times 100\%$	11 %
	c. Keuntungan pengusaha	$(14c) = (13a/14) \times 100\%$	28,848 %

*Sumber : Analisis data primer*

Rata-rata ikan asin yang dihasilkan oleh pengusaha adalah sebesar 147,5 kg dengan mengolah ikan segar sebanyak 368,75 kg. Nilai rata-rata ini diperoleh dengan menjumlahkan seluruh output berupa ikan asin kemudian dibagi dengan jumlah responden yaitu sebanyak 16 pengusaha ikan asin. Hal yang sama juga dilakukan pada kebutuhan input. Seluruh jenis ikan yang digunakan untuk memproduksi ikan asin dijumlahkan lalu dibagi dengan jumlah pengusaha. Sehingga faktor konversi adalah sebesar 0,4. Faktor konversi ini diperoleh dengan membandingkan antara rata-rata output dengan rata-rata input produksi. Faktor konversi ini menunjukkan bahwa setiap 1 kg ikan segar yang diolah akan menghasilkan ikan asin seberat 0,4 kg.

Rata-rata tenaga kerja yang digunakan dalam pengolahan ikan asin adalah sebanyak 13,0625 HKP, sehingga koefisien tenaga kerja yang digunakan dalam mengolah 1 kg ikan asin adalah 0,035 dengan upah tenaga kerja sebesar Rp 42.966,5/HKP. Rata-rata tenaga kerja yang digunakan diperoleh dari jumlah seluruh tenaga kerja yang digunakan dalam proses pembuatan ikan asin, kemudian jumlah tersebut dibagi dengan jumlah pengusaha ikan asin. Koefisien tenaga kerja diperoleh dari perbandingan rata-rata tenaga kerja yang digunakan dengan rata-rata input yang digunakan dalam proses pengolahan ikan asin. Upah tenaga kerja diperoleh dengan menjumlahkan seluruh biaya tenaga kerja kemudian dibagi dengan dengan jumlah seluruh tenaga kerja.

*Penerimaan dan Keuntungan*

Rata-rata harga bahan baku yang digunakan dalam pengolahan ikan asin adalah sebesar Rp 1.500/ kg ikan segar. Sumbangan input lain berupa garam adalah sebesar Rp 275/kg ikan segar. Sumbangan input lain ini diperoleh dari hasil kali harga garam per kilogram dengan banyaknya garam yang digunakan untuk 1kg ikan segar. Harga garam per kilogramnya adalah Rp. 1.100,00 dan jumlah garam yang digunakan adalah 1 kg untuk 4 kg ikan. Sehingga diperoleh

jumlah garam yang digunakan untuk 1 kg ikan adalah 0,25 kg. Sehingga sumbangan garam diperoleh Rp.  $1.100 \times 0,25$  kg, maka diperoleh nilai Rp. 275,00. Nilai output yang diperoleh pengusaha yakni sebesar Rp 4.000/kg ikan asin. Nilai output ini diperoleh dengan mengalikan faktor konversi sebesar 0,4 dengan harga output sebesar Rp. 10.000,00.

Nilai tambah yang diperoleh pengusaha dalam memproduksi ikan asin adalah sebesar Rp 2.225/kg ikan asin. Nilai ini diperoleh dengan mengurangi nilai output sebesar Rp. 4.000,00 dengan harga bahan baku sebesar Rp. 1.500,00 dan sumbangan input lain (garam) sebesar Rp. 275,00. Rasio nilai tambah ini adalah sebesar 55,6 % dari nilai output. Pendapatan tenaga kerja sebesar Rp 1.503,8/kg ikan asin yang dihasilkan. Pendapatan tenaga kerja ini diperoleh dengan mengalikan koefisien tenaga kerja sebesar 0,035 dengan upah tenaga kerja sebesar Rp. 42.966,5/HKP. Sehingga diperoleh pangsa tenaga kerja sebesar 67,59%. Nilai pangsa tenaga kerja ini diperoleh dengan membagikan pendapatan tenaga kerja dengan nilai tambah kemudian dikalikan dengan 100%.

Sedangkan keuntungan yang diperoleh pengusaha adalah sebesar Rp 721,2/kg ikan asin yang dihasilkan. Nilai ini diperoleh dari pengurangan nilai tambah sebesar Rp. 2.225,00 terhadap pendapatan tenaga kerja sebesar Rp. 1.503,8. Tingkat keuntungan pengusaha adalah 32,41%. Tingkat keuntungan ini diperoleh dengan membagikan keuntungan Rp. 721,2 terhadap nilai tambah Rp. 2.225,00 kemudian dikali dengan 100%.

#### *Balas jasa Pemilik Faktor Produksi*

Margin diperoleh dari pengurangan nilai output sebesar Rp. 4.000,00 dengan harga bahan baku sebesar Rp. 1.500,00. Nilai margin yang diperoleh pengusaha pengolahan ikan asin adalah sebesar Rp 2.500/kg ikan asin. Bagian pendapatan tenaga kerja diperoleh dari hasil bagi antara pendapatan tenaga kerja sebesar Rp. 1.503,8 dengan margin sebesar Rp. 2.500,00 dikali dengan 100%. Nilai balas jasa pendapatan tenaga kerja yang diperoleh adalah sebesar 60,15%.

Balas jasa untuk sumbangan input lain diperoleh dari hasil bagi antara sumbangan input lain sebesar Rp. 275,00 dengan margin sebesar Rp. 2.500,00 dikalikan dengan 100%. Maka nilai balas jasa sumbangan input lain yang diperoleh adalah sebesar 11%. Sedangkan nilai balas jasa untuk keuntungan



pengusaha diperoleh dari hasil bagi keuntungan sebesar Rp. 721,2 dengan margin sebesar Rp. 2.500,00 dikalikan dengan 100%, sehingga diperoleh nilai balas jasa untuk keuntungan pengusaha sebesar 32,41%.

## 2. Strategi Pengembangan Nilai Tambah Produk Perikanan

### a. Tahap Pengumpulan Data

Tujuan dari setiap analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal. Hal ini merupakan kunci yang penting untuk mencapai tujuan. Matriks faktor strategi internal dan eksternal ini digunakan untuk melihat skor faktor strategi internal. Skor diperoleh dengan mengalikan rating dan bobot. Rating diperoleh dari rata-rata jawaban responden terhadap pernyataan kekuatan dan kelemahan. Nilai bobot untuk masing-masing elemen strategi internal ditentukan sendiri oleh peneliti dengan mempertimbangkan elemen yang yang paling berpengaruh di dalam usaha pengolahan ikan.

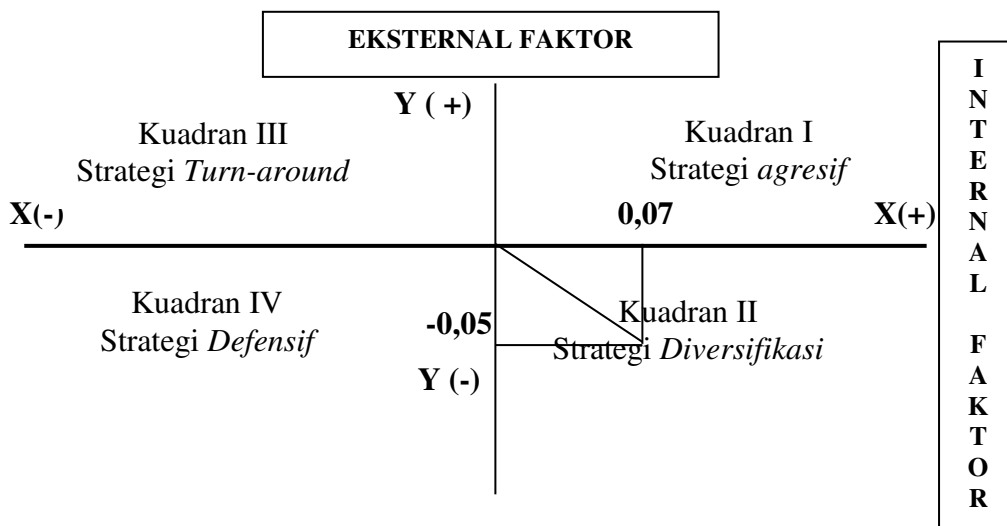
**Tabel 5. Gabungan Matriks Faktor Strategi Internal-Eksternal Usaha Pengolahan Ikan Asin**

Faktor dan Elemen Strategi Internal	Rating	Bobot	Skoring (Ratin x bobot)
Kekuatan :			
• Mutu output mampu bersaing	3	0,1	0,3
• Ketersediaan tenaga kerja	4	0,07	0,28
• Upah tenaga kerja	4	0,07	0,28
• Terampil dalam mengolah ikan	4	0,2	0,8
• Proses pengolahan tidak rumit	4	0,06	0,24
<b>Total Skor Kekuatan</b>		<b>0,5</b>	<b>1,9</b>
Kelemahan :			
• Teknologi yang sederhana	-4	0,08	-0,32
• Ketersediaan bahan baku tidak stabil	-4	0,15	-0,6
• Kemasan kurang menarik	-4	0,1	-0,4
• Modal membatasi jumlah produksi	-3	0,1	-0,3
• Biaya input mahal	-3	0,07	-0,21
<b>Total Skor Kelemahan</b>		<b>0,5</b>	<b>-1,83</b>
<b>Selisi Kekuatan – Kelemahan</b>			<b>0,07</b>
Peluang :			
• Adanya pelanggan tetap	4	0,15	0,6
• Ketersediaan sarana pendukung	3	0,05	0,15
• Harga jual relatif tinggi	2	0,15	0,3
• Permintaan pasar lokal cenderung meningkat	3	0,15	0,45
<b>Total Skor Peluang</b>		<b>0,5</b>	<b>1,5</b>
Ancaman :			
• Penyimpangan iklim	-3	0,2	-0,6
• Persaingan usaha tinggi	-3	0,1	-0,3
• Ombak besar mengurangi ketersediaan bahan baku	-4	0,15	-0,6
	-1	0,05	-0,05

• Gaya hidup masyarakat semakin modren	0,5	-1,55
<b>Total Skor Ancaman</b>		
<b>Selisih Peluang – Ancaman</b>		<b>-0,05</b>

Sumber : Diolah dari lampiran 4,5,6, dan 7

Setelah melakukan perhitungan bobot dari masing-masing faktor internal maupun eksternal, kemudian dianalisis dengan menggunakan matriks posisi. Matriks ini digunakan untuk melihat posisi strategi pengembangan nilai tambah produk perikanan di daerah penelitian. Berdasarkan tabel diperoleh nilai x yaitu  $0,07 > 0$  dan nilai y yaitu  $-0,05 < 0$ . Posisi titik koordinatnya dapat dilihat pada koordinat kartesius berikut ini :



Gambar 2. Matriks Posisi SWOT Usaha Pengolahan Ikan Asin

Hasil ini menunjukkan bagaimana usaha tersebut berada pada kuadran II. Hal ini menyatakan bahwa situasi pada kuadran II, merupakan kondisi meskipun menghadapi berbagai macam ancaman, perusahaan mempunyai keunggulan sumber daya, menggunakan kekuatannya untuk memanfaatkan peluang jangka panjang, dilakukan dengan penggunaan diversifikasi produk atau pasar.

#### - Tahap Analisis Data

	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mutu output mampu bersaing</li> <li>• Ketersediaan tenaga kerja</li> <li>• Upah tenaga kerja murah</li> <li>• Terampil dalam Mengolah Ikan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teknologi yang sederhana</li> <li>• Ketersediaan bahan baku tidak stabil</li> <li>• Kemasan kurang menarik</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proses pengolahan tidak rumit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Modal membatasi jumlah produksi</li> <li>Biaya input mahal</li> </ul>
<b>PELUANG (O)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Adanya pelanggan tetap</li> <li>Ketersediaan sarana pendukung</li> <li>Harga jual relatif tinggi</li> <li>Permintaan pasar lokal cenderung meningkat</li> </ul>	<b>STRATEGI SO</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Meningkatkan produksi dan mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan (S1,S4,S5,O1,O3,O4)</li> <li>Menekan atau meminimalkan biaya produksi untuk menaikkan nilai tambah atau tingkat keuntungan (S2,S3,O3)</li> </ol>	<b>STRATEGI WO</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Membuat kemasan yang lebih menarik minat konsumen (W3,O2,O3,O4)</li> <li>Menambah modal usaha melalui pinjaman koperasi atau bank untuk meningkatkan jumlah produksi (W4,O1,O4)</li> </ol>
<b>ANCAMAN (T)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Penyimpangan iklim</li> <li>Persaingan usaha tinggi</li> <li>Ombak besar mengurangi ketersediaan bahan baku</li> <li>Gaya hidup masyarakat</li> </ul>	<b>STRATEGI ST</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Menciptakan mutu produk yang lebih baik agar mampu bersaing (S1,S4,T3)</li> <li>Menciptakan sumber bahan baku alternatif (S2,S3,T1,T3)</li> </ol>	<b>STRATEGI WT</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Mencari mitra usaha guna pengembangan skala usaha (W3,W4,T2)</li> <li>Melatih keterampilan dalam pengemasan dan strategi pemasaran (W1,W3,T2)</li> </ol>

Gambar 2. Matriks Analisis SWOT Usaha Pengolahan Ikan Asin

b. Tahap Pengambilan Keputusan

Tahapan yang terakhir yaitu “pengambilan keputusan” yaitu tahap yang bertujuan untuk menyusun strategi yang telah digambarkan oleh matriks SWOT, sehingga strategi yang muncul dapat dijadikan acuan untuk dapat mengembangkan usaha pengolahan ikan asin di daerah penelitian. Adapun strategi yang dimaksud adalah :

**STRATEGI SO**

- Meningkatkan jumlah produksi dan mempertahankan kualitas produk ikan asin yang dihasilkan. Adanya pelanggan tetap dan permintaan yang cenderung meningkat membuat pengusaha harus meningkatkan produksinya dengan kualitas yang lebih baik agar pelanggan tetap membeli produk ikan asin.
- Menekan atau meminimalkan biaya produksi, sehingga semakin rendah biaya produksi yang dikeluarkan, dan dengan harga jual yang relatif tetap, maka nilai tambah yang diperoleh pengusaha akan semakin tinggi. Dengan demikian maka tingkat keuntungan yang diperoleh pengusaha juga akan semakin tinggi.

**STRATEGI WO**

- Membuat kemasan yang lebih menarik minat konsumen. Ketersediaan sarana pendukung dapat menjadi faktor dalam mencari dan membuat kemasan yang lebih bagus. Permintaan lokal yang terus meningkat dan pelanggan tetap

dapat menjadi dasar pertimbangan untuk menciptakan suatu inovasi baru dalam mengembangkan usaha pengolahan ikan asin.

2. Melakukan ekspansi usaha dengan menambah modal melalui pinjaman dari koperasi, bank atau menjalin kerjasama dengan pengusaha lain. Merger (penggabungan) perusahaan dapat menjadi suatu terobosan baru untuk mengembangkan skala usaha pengolahan ikan asin. Merger usaha dapat menjadi alternatif dalam menanggulangi kekurangan modal yang dialami oleh pengusaha. Atau dengan mengajukan proposal usaha kepada bank untuk mendapatkan pinjaman sebagai tambahan modal untuk mengembangkan usaha. Adanya pelanggan tetap dan permintaan lokal yang semakin meningkat serta harga jual yang relatif tinggi dapat dijadikan acuan dalam ekspansi usaha.

#### STRATEGI ST

1. Menciptakan mutu produk yang lebih baik agar mampu bersaing di pasar. Persaingan usaha yang ketat menuntut pengusaha untuk lebih meningkatkan mutu produk yang mereka hasilkan. Persaingan yang terjadi bukan hanya di lingkungan sekitar lokasi usaha pengusaha, persaingan lebih menjadi sangat ketat ketika keluar daerah. Jika pengusaha tidak melakukan suatu gebrakan dan inovasi baru dalam usaha mereka, pengusaha mungkin dapat kalah bersaing di pasar dan pengusaha akan merugi. Keterampilan pengusaha dalam mengolah ikan menjadi sebuah modal dalam melakukan inovasi baru guna meningkatkan mutu produk yang dihasilkan.
2. Menciptakan sumber bahan baku alternatif. Ancaman yang berasal dari alam seperti penyimpangan iklim dan ombak besar dapat menjadi ancaman serius terhadap pemasokan bahan baku berupa ikan segar dari para nelayan. Ketiadaan pasokan akan menyebabkan pengusaha tidak dapat memproduksi. Hal ini seharusnya menjadi dasar pemikiran pengusaha guna menciptakan sumber bahan baku alternatif. Seperti membuat keramba di bibir pantai guna membudidayakan ikan yang dapat dijadikan ikan asin. Manfaatkan ketersediaan tenaga kerja yang melimpah dalam menciptakan sumber bahan baku alternatif tersebut.

## STRATEGI WT

1. Mencari mitra usaha guna mengembangkan usaha pengolahan ikan asin. Persaingan yang ketat menuntut pengusaha untuk lebih meningkatkan produksi dan mutu produk. Namun untuk meningkatkan jumlah produksi, modal menjadi faktor pembatas. Untuk mengatasi hal tersebut, pengusaha dapat mencari mitra usaha yang mau berinvestasi dalam usaha pengolahan ikan asin tersebut.
2. Melatih keterampilan dalam pengemasan dan strategi pemasaran. Dalam persaingan usaha, mutu produk bukanlah satu-satunya yang menjadi faktor keberhasilan. Strategi pemasaran juga memegang peranan penting dalam mencapai keberhasilan tersebut. Oleh Karena itu, pengusaha perlu untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam hal strategi pemasaran agar mampu bersaing dalam dunia usaha pengolahan ikan asin.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Nilai tambah yang diperoleh oleh pengusaha dalam mengolah ikan asin adalah sebesar Rp. 2.225,00 per kilogram ikan asin yang dihasilkan.
2. Dalam mengembangkan nilai tambah usaha pengolahan ikan asin, ada beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh pengusaha, seperti :
  - a. Meningkatkan produksi dan mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan.
  - b. Menekan atau meminimalkan biaya produksi untuk menaikkan nilai tambah atau tingkat keuntungan.
  - c. Membuat kemasan yang lebih menarik minat konsumen.
  - d. Menambah modal melalui pinjaman koperasi atau bank untuk meningkatkan jumlah produksi.
  - e. Menciptakan mutu produk yang lebih baik agar mampu bersaing.
  - f. Menciptakan sumber bahan baku alternatif.
  - g. Mencari mitra usaha guna pengembangan skala usaha.
  - h. Melatih keterampilan dalam pengemasan dan strategi pemasaran

## **Saran**

### **a. Kepada Pengusaha**

Pengusaha sebaiknya mulai menanamkan inovasi baru ke dalam produk ikan asin yang dihasilkan. Kemasan misalnya, kemasan yang lebih menarik akan membuat produk ikan asin yang dihasilkan mampu bersaing bukan saja di pasar tradisional atau dikalangan menengah kebawah, tetapi juga mampu bersaing untuk taraf pasar modern dan dikalangan menengah keatas. Hal ini tentu saja harus juga diikuti dengan peningkatan mutu produk yang dihasilkan.

### **b. Kepada Pemerintah**

Pemerintah diharapkan untuk lebih memperhatikan usaha mikro dan usaha skala rumah tangga. Kebijakan dalam menentukan harga baik itu harga bahan input maupun harga bahan output. Sehingga dapat melindungi produsen dan konsumen ikan asin.

### **c. Kepada Peneliti Selanjutnya**

Kepada peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti analisis nilai tambah produk perikanan secara lebih menyeluruh, agar dapat diketahui bagaimana prospek pengolahan produk perikanan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Afrianto, Eddy dan Evi Luviawaty. 1989. Pengawetan dan Pengolahan Ikan. Yogyakarta. Kansius.
- Darmawati. D. 2003. Analisis Nilai Tambah Pengolahan Garut Desa Argodadi Kecamatan Sedayu Kabupaten Bantul. Fakultas Pertanian Universitas Gajah Mada Yogyakarta. Skripsi.
- Hayami, Y., and Barker., 1987, Agricultural Marketing and Processing in Upland Java : Perspective From Sunda Village, CGRPT Bogor.
- Suprpto. 2003. Karakteristik, Penerapan dan Pengembangan Agroindustri Hasil Pertanian di Indonesia. Universitas Mercu Buana. Jakarta.
- Mulyadi. 2005. Ekonomi Kelautan. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy.2008. Teknik Membuat Rencana Pemasaran dan Analisis Kasus.Gramedia. Jakarta.
- Triputra, evan. 2011. Analisis Komparasi Nilai Tambah Usaha Peng Kedelai Pada Berbagai Skala Usaha Di Kabupaten Deli Serdang. Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara. Skripsi.
- Wibisono, Agus. 2010. *Analisis SWOT*. Dikutip dari: <http://aguswibisono.com/2010/analisis-swot-strength-weakness-opportunity-threat/Universitas>

**ANALISIS DAN PENYUSUNAN STRATEGI  
PENGEMBANGAN NILAI TAMBAH PRODUK IKAN ASIN  
(Kasus: Kecamatan Teluk Mengkudu Kabupaten Serdang Bedagai)**

---

**JURNAL**

---



**OLEH:**

**RIZKI RAMADANI**

**080309008**

**PKP**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2013**

**ANALISIS DAN PENYUSUNAN STRATEGI  
PENGEMBANGAN NILAI TAMBAH PRODUK IKAN ASIN  
(Kasus: Kecamatan Teluk Mengkudu Kabupaten Serdang Bedagai)**

**JURNAL**

**OLEH:  
RIZKI RAMADANI  
080309008  
PKP**

Jurnal Sebagai Salah Satu Syarat untuk Dapat Memperoleh Gelar Sarjana  
di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian,  
Universitas Sumatera Utara, Medan

**Disetujui Oleh:**

**Ketua Komisi Pembimbing**

**Anggota Komisi Pembimbing**

**( Ir. H. Hasman Hasyim, M.Si)**

**NIP : 1954.1111.1981.03.1001**

**(Ir. Yusak Maryunianta, M.Si)**

**NIP : 1962.0624.1986.03.100**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2013**